

Potser que ens ho fem mirar

Si s'entrevista una escriptora de gran èxit i trajectòria a qui acaben de donar un rellevant premi de literatura infantil del qual se sent molt satisfeta, ¿com titular la informació? Que la literatura infantil té menys reconeixement que la d'adults. I si s'ha celebrat un importantíssim congrés mèdic sobre l'Alzheimer que porta a Barcelona 160 científics de tot el món, ¿quin missatge destacarà la premsa sobre la trobada? Doncs sí: que s'inverteix massa poc en recerca sobre la malaltia, sobretot en comparació amb el càncer i les malalties cardiovasculars.

¿I com tractarem els poc discutibles resultats de l'estudi de l'AQU –fet amb una mostra del 55% de joves graduats el 2010–, que ens dona l'extraordinària bona notícia que, tres anys després d'acabar els estudis, el 85% tenen feina? ¿O què direm sobre el fet que la retribució mitjana ja és de 1.900 €? I, encara, tot i l'alarmisme que hem estat fent, ¿com valorarem que els que han hagut de marxar a l'estranger –o potser que han volgut– no passen del 3,5%, o que el 19% han tingut alguna experiència de mobilitat durant els estudis (l'objectiu proposat per la Comissió Europea és arribar al 20% l'any 2020)? Molt fàcil: escriurem que els mileuristes augmenten fins al 22 per cent dels graduats.

Els casos que presento volen il·lustrar una manera d'informar molt generalitzada. Tots són agafats d'un dia concret i escollit a l'atzar, el 10 de juliol, i el tractament que en mostro resumeix un estil informatiu molt comú –amb alguna excepció, també s'ha de dir– de la premsa de Barcelona. És un estil que busca en qualsevol notícia la cara més negativa possible per convertir-la en el titular. I això va molt més enllà del vell debat sobre



SALVADOR CARDÚS

SOCIÒLEG

l'ampolla mig buida o mig plena. Exagerant: en aquest cas, si el vi de l'ampolla fos excel·lent però hi hagués una falta d'ortografia a l'etiqueta, es titularia amb “Els vinaters no saben escriure”.

Explicar el fonament d'aquest estil informatiu no és fàcil. D'entrada caldria consultar vells periodistes experimentats per saber si sempre s'ha fet així. També seria oportú saber si totes les cultures periodístiques nacionals fan el mateix. Però l'argument que la notícia no és que un gos mossegui un home, sinó que un home mossegui un gos aquí no serveix: aquest criteri universal no està relacionat amb el caràcter positiu o negatiu del fet, sinó amb l'excepcionalitat. I en casos com l'estudi *Universitat i treball a Catalunya 2014*, si alguna dada sembla excepcional és que el 85% de graduats del 2010 tinguin feina, i justament la més previsible –que el gos mossegui l'home– és que hi hagi un 22% de mileuristes.

Una primera explicació podria ser que només les pitjors cares de la notícia encaixen amb el relat

apocalíptic que s'ha convertit en hegemònic arran de la crisi que vivim. El procés mental de selecció d'allò que és rellevant, si aquesta tesi fos l'adequada, diria que el periodista prioritza el marc mental des del qual observa la realitat per damunt de l'evidència dels mateixos fets. Estaria fent més cas del color del vidre de les ulleres que porta posades que de la realitat que l'obligaria a comprar-se unes ulleres noves. Si fos així, de la mateixa manera que es va fer tard a l'hora de reconèixer els símptomes de la crisi que ens havia de caure damunt, una lectura optimista de la situació pronosticaria que els mitjans de comunicació també fan tard a l'hora de reconèixer-ne la sortida.

L'altre tipus d'explicació lligaria aquest estil, diguem-ne *negativista*, a una determinada concepció del que és el paper crític esperable dels mitjans de comunicació. Ara bé: des del meu punt de vista, saber destacar allò que és objectivament positiu –d'una gestió política, d'uns resultats empresarials, d'uns canvis socials– també és una demostració d'independència de criteri, i més quan t'obliga a trencar els propis marcs de percepció de la realitat o a reconèixer els mèrits de l'adversari ideològic. Per experiència personal puc afirmar, sense excepcions, que els costos més grans que he pagat en relació a la credibilitat de la meua independència han vingut pel fet de parlar bé d'un polític. Parlar-ne malament sempre és més agraït perquè fa que et vegin –falsament– més atrevit.

No dic que hàgim de convertir l'optimisme dels mitjans en una estructura d'estat, però vist el que vindrà els pròxims mesos, potser que ens fem mirar aquesta dificultat a l'hora de saber explicar una bona notícia.

**A qualsevol notícia
se li busca la cara
més negativa possible
per convertir-la
en el titular**